



# **Webinaire le marché allemand**

**Mardi 30 septembre - 15 h 30**



# UN MARCHÉ À CONFORTER

# Carte géographique de l'Allemagne



# Le marché allemand

Rappel : 83,8 millions d'habitants

## Comportements touristiques :

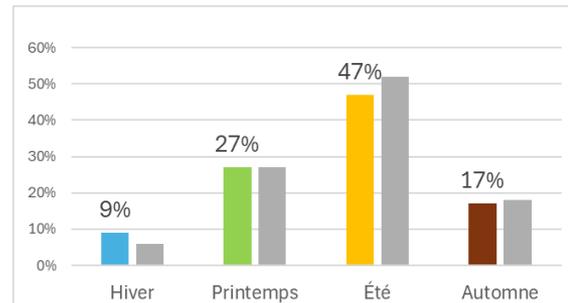
- Voyageurs individuels et grosse part de voyageurs en groupes
- Grossistes autocaristes : Touren Service, La Cordée Reisen, ...
- En individuel : privilégient les voyages en voiture et camping-car
- Sensibles à l'accueil, la propreté.
- Ils recherchent en France : grands espaces, art de vivre, événements culturels
- Un marché mature sur lequel notre notoriété est à conforter, parfois de fausses images de nos destinations
- 50% des Allemands préfèrent des régions touristiques plutôt calmes, 19% des Allemands aiment les régions touristiques plus fréquentées.

## Grandes tendances :

- Gastronomie simple à base de produits locaux, le vin
- Le végétarisme et le bio sont très tendances.
- Sensibilité aux vacances sur les thèmes de la nature, du sport et de la culture
- Conscience écologique forte.
- Les Allemands se tournent de plus en plus vers le cyclotourisme, les circulations douces et le tourisme durable, montée de la randonnée pédestre

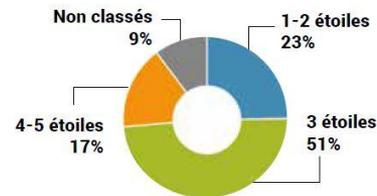
« Nos voisins »

## SAISONNALITÉ DE LA FRÉQUENTATION EN BFC (vs en France) :



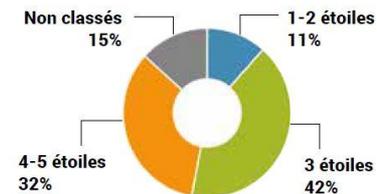
## RÉPARTITION DES NUITÉES ALLEMANDES 2024 PAR CATÉGORIE DE CONFORT

### Hôtels



## RÉPARTITION DES NUITÉES ALLEMANDES 2024 PAR CATÉGORIE DE CONFORT

### Campings



# Le marché allemand

**Tous hébergements confondus** (source : FVT/Orange) :

1er marché étranger en BFC

2024 : 3,687 millions de nuitées

2023 : 3,828

2022 : 3,364

2021 : 1,842

2020 : 2,019

2019 : ND

**Dans nos hébergements marchands** (source : INSEE) :

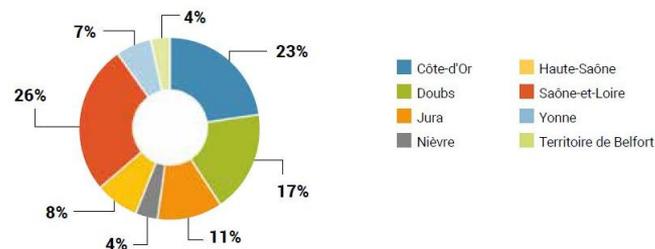
2ème marché étranger des hôtels de BFC

*La BFC = 5ème région française*

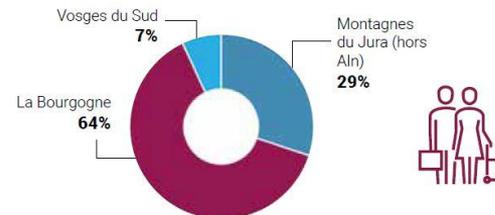
2ème marché étranger des campings de BFC

*La BFC = 8ème région française*

**RÉPARTITION PAR DÉPARTEMENT DES NUITÉES ALLEMANDES 2024**



**RÉPARTITION PAR DESTINATION DES NUITÉES ALLEMANDES 2024**



# Atout France en Allemagne

Présentation marché - Bourgogne

**Septembre 2025**



## SOMMAIRE

1 Géographie-Démographie .....

2 Flux touristiques et clientèles .....

3 Tendances du tourisme en Allemagne .....

1

## ALLEMAGNE & SUISSE: géographie-démographie





Géographie  
Démographie  
ALLEMAGNE



# Données sociodémographiques



**Population :**  
**83,4 millions d'habitants**

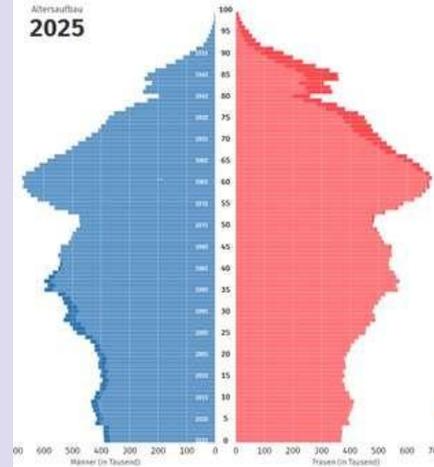


L'Allemagne est le pays d'Europe le plus peuplé

■ **Âge moyen :** 44,6 ans

■ **Répartition H/F :**

- 42,3 millions de femmes
- 41,2 millions d'hommes



	Millions	Pct.
+ 67 ans	17,1	20%
20-66 ans	51	61%
<20 ans	15,9	19%
Total	84	100%

## Données géographiques

### Au cœur de l'Europe

■ **Superficie totale :** 357 588 km<sup>2</sup>

■ **Frontalier de :**

- La France – 448 km de frontières
- La Suisse
- L'Autriche
- La Pologne
- Le Danemark
- La République Tchèque
- Les Pays-Bas
- La Belgique
- Le Luxembourg



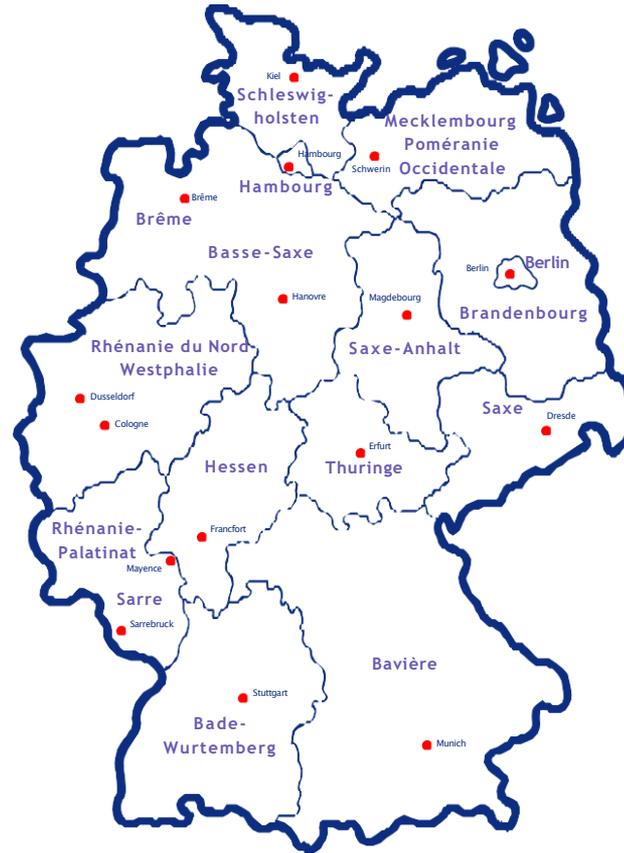
# Données politiques et culturelles

## Un état fédéral : 16 Länder

### ■ Organisation et pouvoir:

Le système fédéral allemand donne aux Länder (Régions) une autonomie importante dans des domaines comme l'éducation, la sécurité, l'environnement, de la culture, et les aides sociales.

Il garde la main sur la politique étrangère, la défense, la justice, le travail, ainsi que la fiscalité.

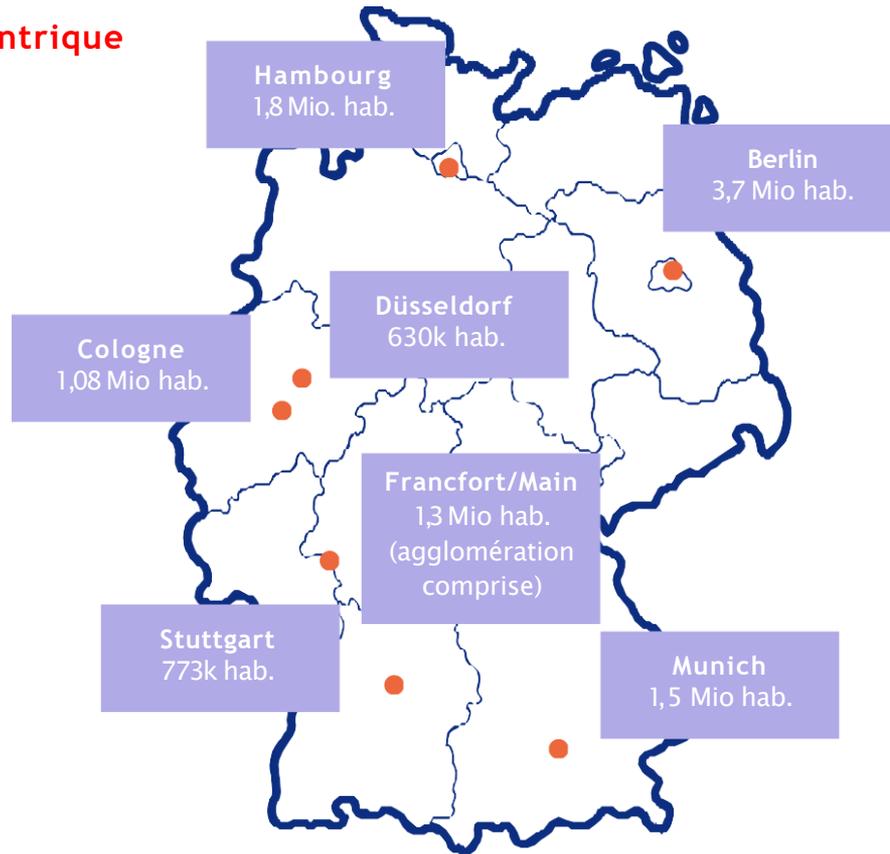


# Données politiques et culturelles

## Répartition urbaine polycentrique

La population allemande est répartie de manière polycentrique, avec plusieurs grandes villes et centres économiques bien répartis sur le territoire.

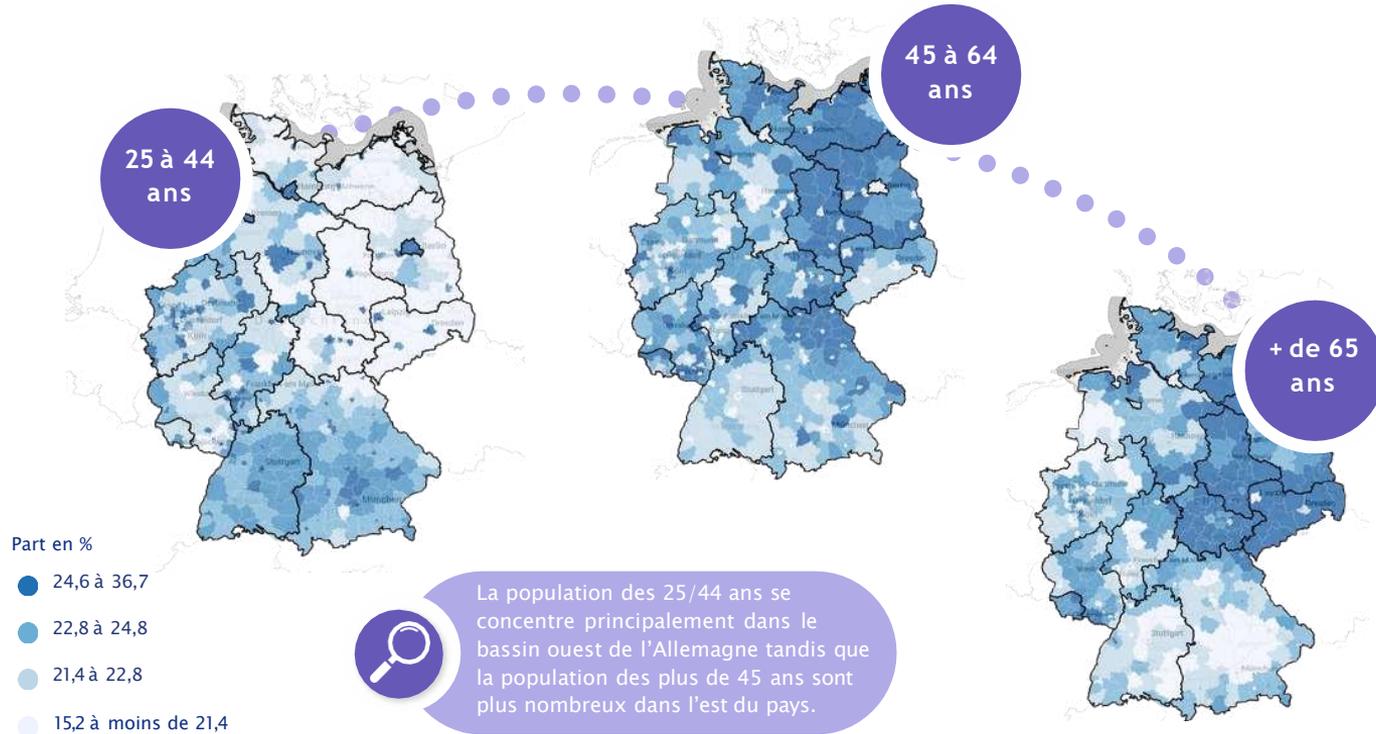
Il n'y a pas de dominance d'une seule métropole comme c'est le cas à Paris en France.



50% des Allemands vivent dans des villes de moins de 100 000 hab.

# Données politiques et culturelles

## Une répartition de la population inégale en fonction de l'âge



Economie  
■ ALLEMAGNE



# L'économie allemande en quelques chiffres

## Une économie stable...



**P.I.B : 4,33 milliards €  
54.990€ par habitant  
(2024)**



L'Allemagne est la quatrième  
puissance économique mondiale.



**Taux de chômage  
août 2025 : 6,4%**



**Taux de TVA: 19%  
Taux réduit: 7%**



**Salaire médian brut  
en 2025 : 52.159€**



**Taux d'inflation août  
2025 : + 2,2%**

# L'économie allemande en quelques chiffres

## ... mais qui fait face à des tendances défavorables et arbitrages difficiles qui pèsent sur la croissance

### ■ Croissance économique en baisse:



L'inflation perdure ce qui freine la consommation et l'investissement. Cette tendance devrait se poursuivre en 2025.

### ■ Relance complexe



L'organisation fédérale et les élections régionales complexifient la redynamisation du pays, qui reste un acteur clé en Europe.

### ■ Transition énergétique coûteuse:



L'Allemagne doit s'adapter à la pénurie et au coût élevé de l'énergie, impactant ses modèles économiques.

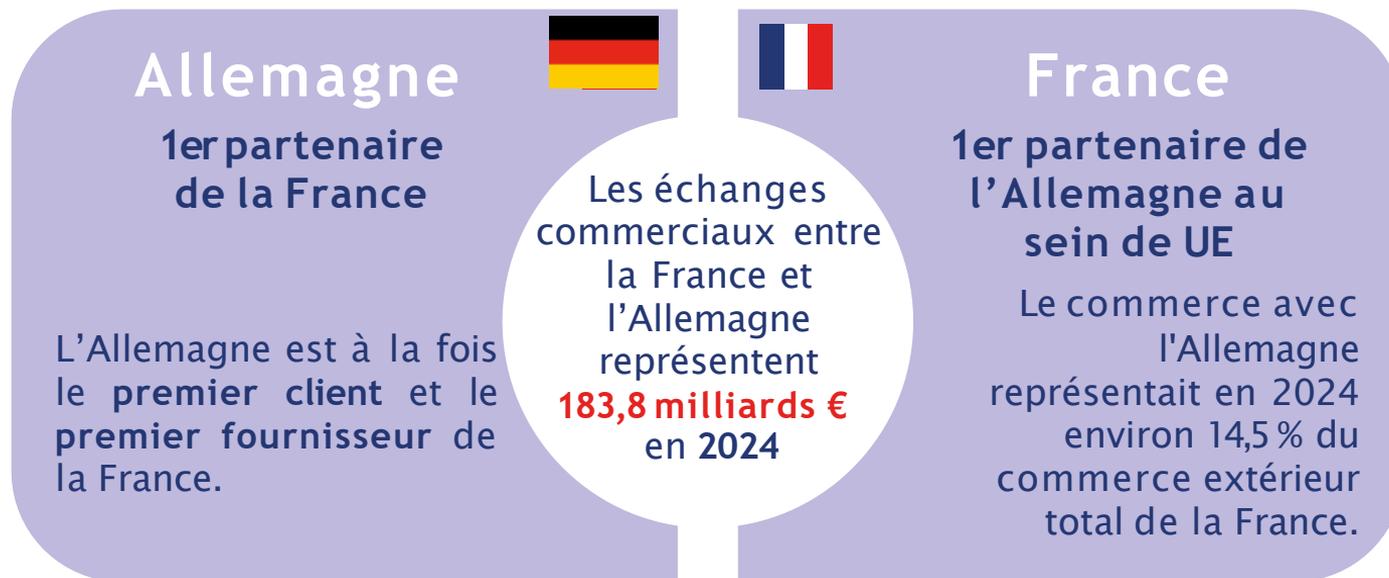
### ■ Concurrence internationale touristique :



Le marché allemand est fortement concurrentiel et la France fait face à des destinations populaires comme l'Espagne, l'Italie, la Grèce et la Turquie.

## L'économie allemande en quelques chiffres

### France / Allemagne: une relation bilatérale forte





Economie touristique  
allemande

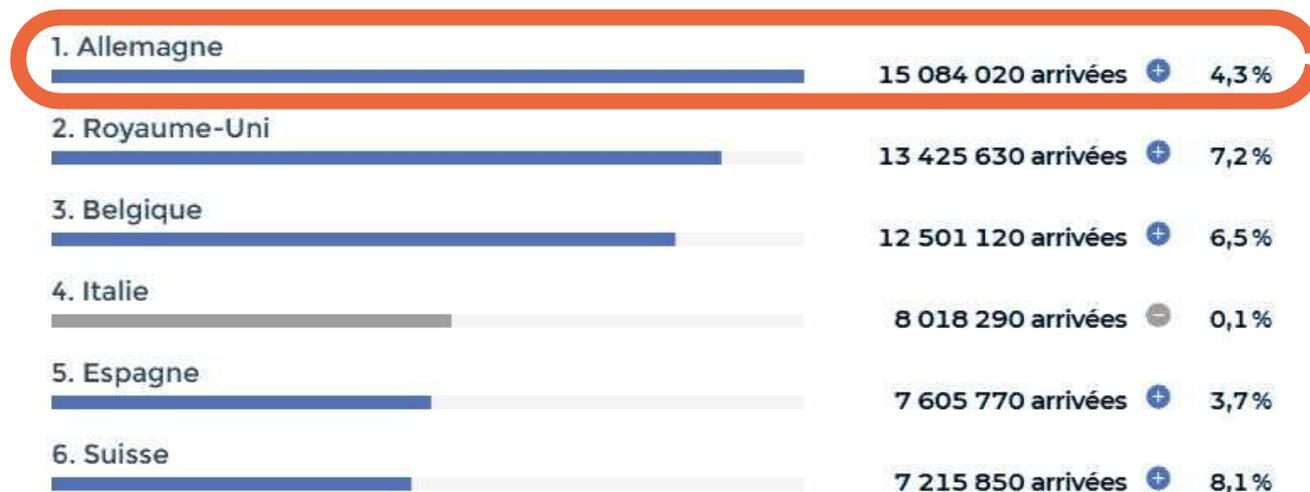


# L'économie touristique Allemagne / France



## ■ Classement des nationalités - **Arrivées** en France 2024

Allemagne: 1<sup>ère</sup> clientèle étrangère en France pour les arrivées internationales



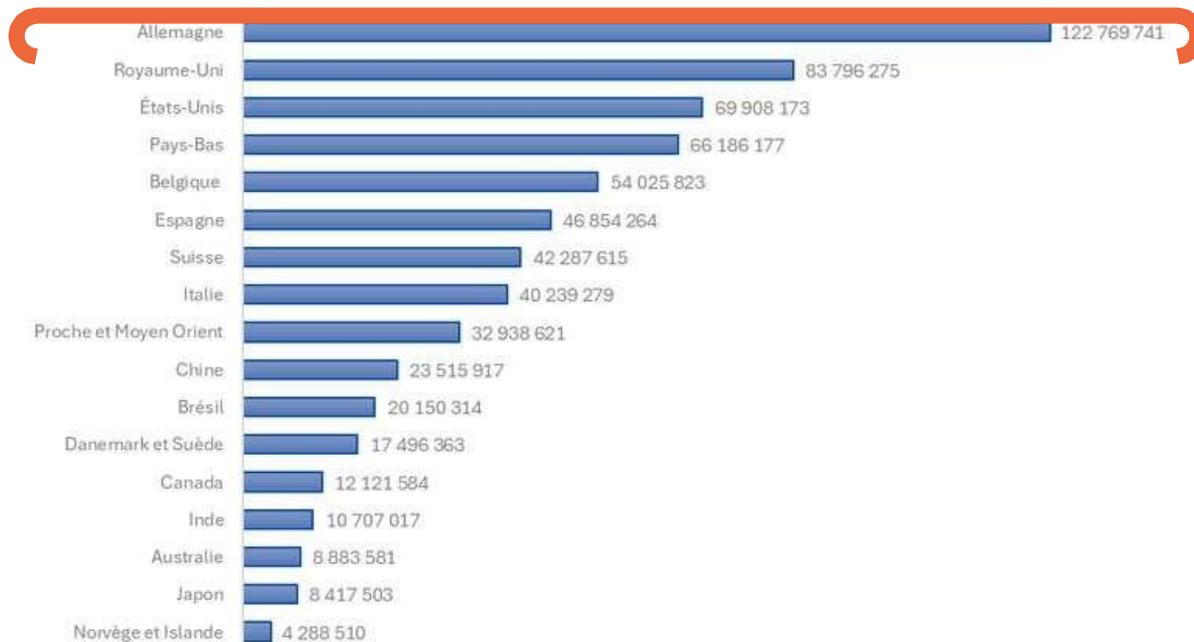
■ Arrivées allemandes 2024 : 15.084 Mio (+5.6 %)

# ■ L'économie touristique Allemagne/ France



## ■ Classement des nationalités - nuitées en France 2024

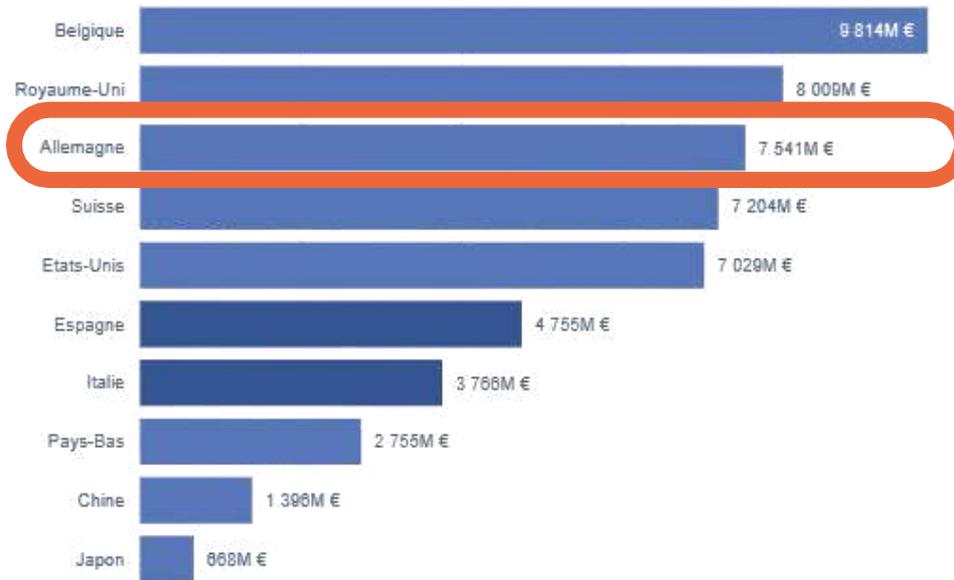
Fréquentation 2024 - Nuitées



## ■ L'économie touristique Allemagne/ France



- Classement des nationalités - Recettes touristiques 2024  
La Suisse représente 10% des recettes touristiques en France



- 2024 : Tendance + 5.8 %

# ■ L'économie touristique allemande

## Le tourisme un secteur incontournable



Vacanciers



**56,4 Mio.**  
2023 : 54,2 Mio.

Voyages de  
loisirs



**68,3 Mio.**  
2023 : 64,5 Mio

Dépenses  
touristiques



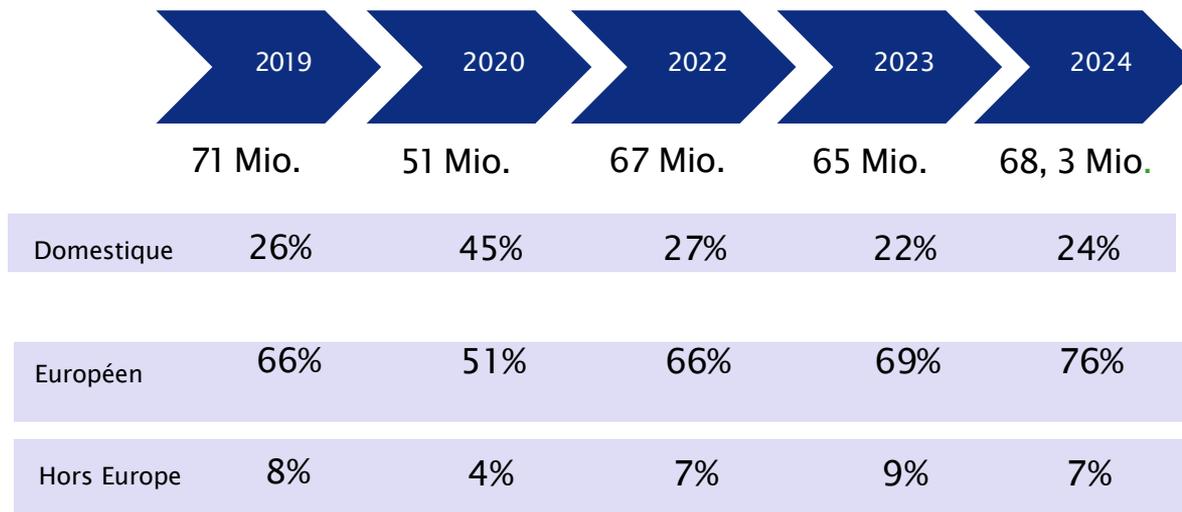
**90,1 Mrd.**  
2023 : 86,3 Mrd.

# L'économie touristique allemande

## Départs touristiques des Allemands vers l'international 2024



■ Une reprise stable post-COVID



## L'économie touristique allemande

### 1ERE CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE EN FRANCE



Arrivées Total France 2024 : 100 Millions

### 3e MARCHÉ SOURCE POUR LES DÉPENSES TOURISTIQUES EN FRANCE.\*



**7,5 MILLIARDS D'EUROS**  
part dépensée par les touristes allemands en France en 2024.

\*Après le Belgique (957 mio €) et le Royaume-Uni (921 mio€)

**90,1 MILLIARDS D'EUROS**  
part dépensé par les touristes allemand à l'international en 2024



# 110€

C'est le panier moyen d'un allemand par jour et par personne.

# 1179€

C'est le budget moyen par personne pour des séjours supérieurs à 5 jours en France (2023)

# 77%

Pourcentage de la population germanophone (64,5 millions de personnes) ayant effectué des voyages de 5 jours ou plus en 2023

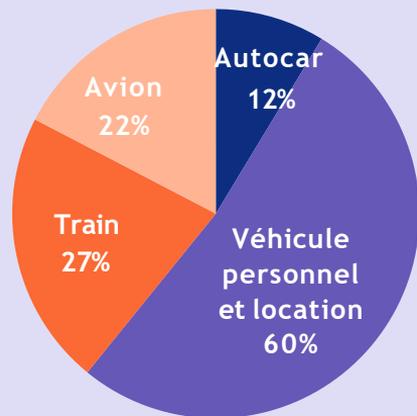
Accessibilité  
■ Allemagne ↔ France



## L'accessibilité Allemagne - France

### Mobilité en évolution positive

LA VOITURE COMME MOYEN DE TRANSPORT FAVORI POUR VENIR EN FRANCE



Moyens de transports utilisés des Allemands pour venir en France (en %)

UN RÉSEAU FERROVIAIRE ET AÉRIEN TRÈS DÉVELOPPÉ



12 itinéraires aériens quotidiens



40 connexions ferroviaires quotidiennes (DB, SNCF, Eurostar)



des connexions supplémentaires en période estivale et hivernale



Renforcement de l'offre avec de nouvelles lignes ferroviaires directes (Halle, Erfurt).

DURÉE DE SÉJOUR ET MODE DE TRANSPORT

**Séjours de +5 jours :** La voiture reste dominante, avec une concurrence notable de l'aérien.

**Courts séjours :** Le train s'impose comme une option privilégiée

# L'accessibilité Allemagne - France

## Ferroviaire

### Le réseau Deutsche Bahn & SNCF :

#### À l'année

28 trains directs journaliers entre la France à l'Allemagne en 2025 :

- ◆ 6 A/R Paris - Francfort 3h40
- ◆ 5 A/R Paris - Stuttgart 3h00
- ◆ 1A/R Paris - Munich 5h40
- ◆ 1A/R Paris - Berlin 8h00 **NEW** Via Erfurt et Halle à partir de décembre 2025
- ◆ 1A/R Marseille - Francfort 7h40

#### En saison estivale (hebdomadaire)

- ◆ 1A/R Francfort - Bordeaux 7h50 depuis 2023 (Juillet et Août)

Passage par Karlsruhe, Strasbourg, Marne-la-Vallée, St-Pierre-des-Corps, Reims, Poitiers, et Angoulême.



# L'accessibilité Allemagne - France

## Ferroviaire



### Le réseau Eurostar par la Belgique

#### À l'année

12 liaisons directes journalières entre la l'Allemagne et la France en passant par la Belgique :

- ◆ 15 A/R Cologne – Bruxelles 1h50
- ◆ 5 A/R Cologne - Paris 3h20
- ◆ 12 A/R Bruxelles – Paris 1h20
- ◆ 1 A/R Dortmund - Paris 5h00
- ◆ 7 A/R Dortmund – Bruxelles 5h00

#### En saison estivale (hebdomadaire)

- ◆ Bruxelles - Marseille

Via Avignon, Valence et Aix-En-Provence 5h30  
(Juillet à Août)

#### En saison hivernale (hebdomadaire)

- ◆ Bruxelles - Bourg-Saint-Maurice

Via Chambéry, Albertville, Moûtiers, Aime-La-Plagne et Landry 7h30  
(Mi-Décembre à Mi-Avril)



# ■ L'accessibilité Allemagne → France

## Aérien

### ■ Les routes aériennes directes

12 destinations directes quotidiennes  
Des vols hebdomadaires saisonniers



1717 Vols en été 2025



Saisonnalité  
■ Vacances scolaires



## Saisonnalité et vacances scolaires

### ■ Nombreuses périodes de vacances



Départs en vacances scolaires différés selon les Länder.  
Opportunité pour les ailes de saison et de réorienter les flux touristiques sur des périodes moins fréquentées.



### ■ Périodes favorites de départ \*



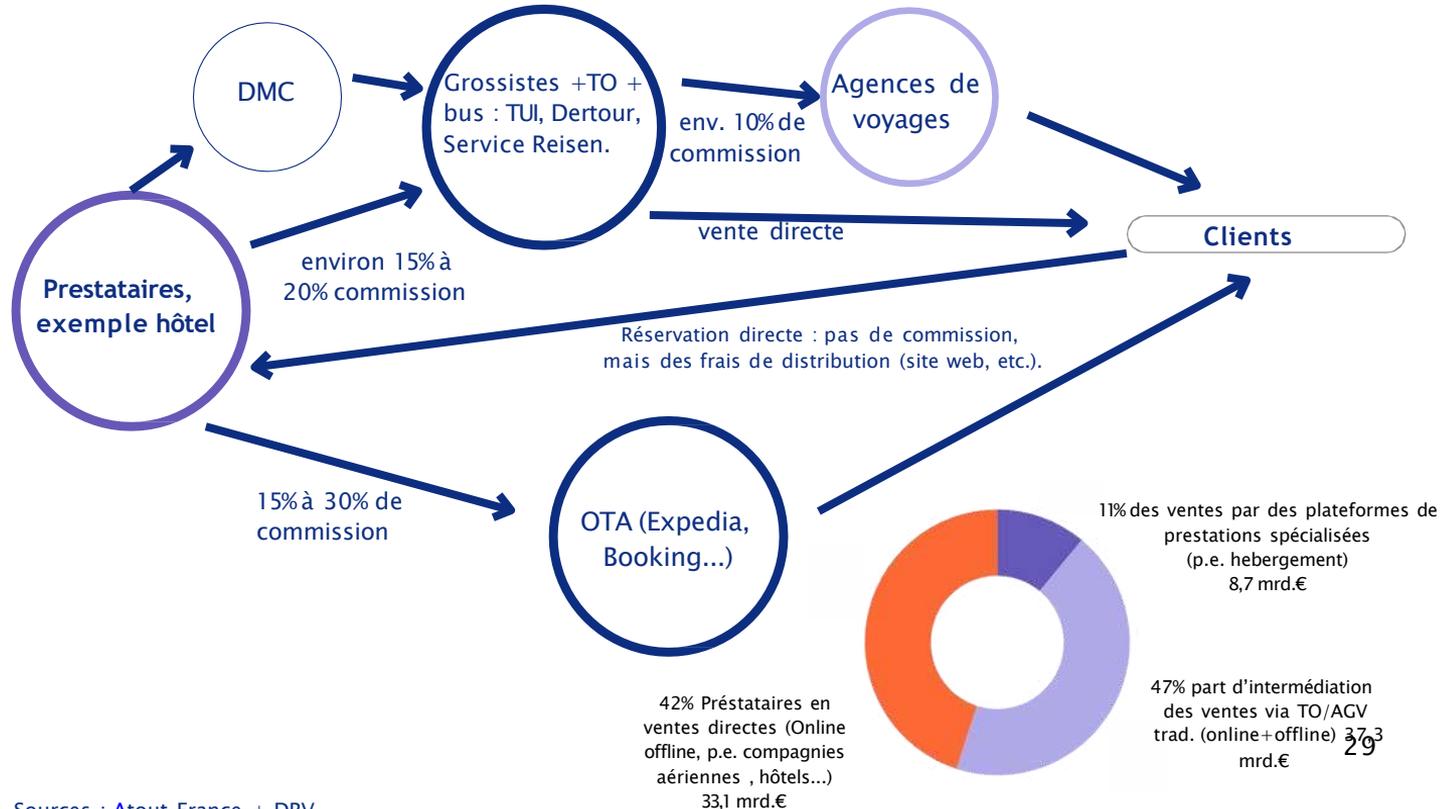
Source: Atout France Allemagne

Selon les Länder\*

## ■ Distribution

# Distribution

## Schéma de distribution en Allemagne



## Distribution

### Les acteurs professionnels



#### TRADITIONNELS

**2 300** Tour-opérateurs (TO)

**700** Autocaristes

**10 000** Agences de voyage

#### A savoir:

50 % des voyages ont été réservés via des agences physiques en 2023.

#### EN LIGNE

Plateformes de réservations pour forfait:

**17 plateformes identifiées**

Plateformes de réservations pour logement:

**20 plateformes identifiées**

Composé de grands noms du digitales et de tours opérateurs traditionnels qui sont aussi présents en ligne

#### Métamoteurs

Google Flights, Kayak, Trivago

## Distribution

### Big players “traditionnels”



CA GROUPE : 20 Mds €  
CA Allemagne- Autriche-Suisse :  
6,4 Mds €  
5,8 millions de clients

MARQUES PROPOSANT LA  
DESTINATION FRANCE :



CA GROUPE : 6.5 Mds €  
CA Allemagne-Autriche-Suisse :  
3,5 Mds €  
3,2 millions de clients

MARQUES PROPOSANT LA  
DESTINATION FRANCE :



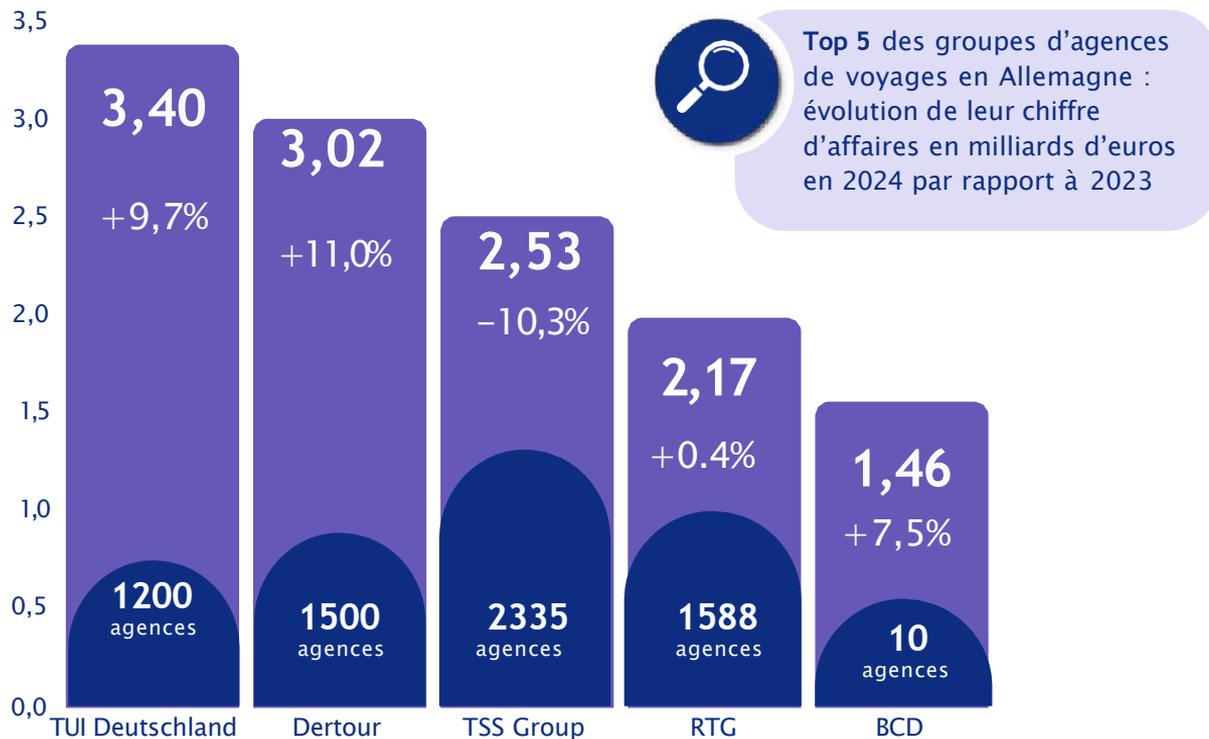
#### AUTRES GRANDS TOUR-OPÉRATEURS (DE-CH-AT):

- Aida Cruises 2,3 Mds €
- Schauinsland 2,2 Mds €
- Alltours 2 mds €
- Interhome/interchalet 375 mio €
- Trendtours 230 Mio€
- Studiosus 226 mio €
- Ameropa 100 mio €
- Wikinger 105 mio €
- Alpetour 103 mio €

© 2014 TUI Group  
TUI Group  
TUI Group  
TUI Group

## Distribution

### Les groupes d'agences de voyages en Allemagne



# Distribution

## Big players en ligne en Allemagne



1 **Booking**

CHIFFRE D'AFFAIRES  
GROUPE : 8 Mds €

2 **CHECK24**

CHIFFRE D'AFFAIRES  
GROUPE : 7,9.Mds €

3 **e**  
expedia group

CHIFFRE D'AFFAIRES  
GROUPE : 2,,3 Mds €

**Hotels.com**

4 **invia**  
Germany

CHIFFRE D'AFFAIRES  
GROUPE : 1.Mds €

5 **TUI**  
DEUTSCHLAND

CHIFFRE D'AFFAIRES  
GROUPE : 1,5.Mds €

6 **Holiday Check**

CHIFFRE D'AFFAIRES  
GROUPE : 0,9.Mds €

7 **lm**

CHIFFRE D'AFFAIRES  
GROUPE : 0,7.Mds €

## Distribution

### La France et les big players en ligne



**TUI : Leader dans les voyages à forfait.**

- La France n'est encore une des destinations phares de TUI.

L'analyse de l'offre montre cependant que la France reste une destination de choix pour des séjours plus variés, plus personnalisés et axés sur des expériences culturelles et luxueuses.



**Booking.com : Leader dans les réservations d'hébergements.**

- La France : une destination clé sur Booking.com.
- Plus de 194,600 options d'hébergement proposées sur la plateforme.
- Les grandes villes françaises sont particulièrement populaires auprès de la clientèle.
- **Paris** : destination phare pour les voyageurs allemands en 2024.



**Expedia : Un acteur majeur en Allemagne et à l'international.**

- La France, et notamment **Paris**, représente une destination clé sur Expedia.
- **Paris** est dans le top 3 des recherches en Allemagne

# Programmation de la région BFC chez les TOs allemands



**Programmation BFC chez les 15 TOs suivants** (pour la plupart des leaders de marché en Allemagne):  
TUI, Explorer/ Schauinsland Reisen, Alltours, Dertour, Hotelplan/VTours, Trendtours, Studiosus, Gebeco,  
Wikinger Reisen, Alpetour, Ameropa, Tourenservice Schweda, Service Reisen, Genussreisen  
**10 programment la région, 2 peu, 3 n'ont pas de programmation BFC**

## Les destinations les plus fréquemment programmées sont :

**Dijon** — le plus souvent citée comme ville de départ/d'arrivée et étape culturelle

**Beaune** — très souvent citée comme centre œnologique et gastronomique

**Auxerre, Autun, Vézelay** — régulièrement mentionnées dans les programmes de voyages d'études et les circuits en Bourgogne **Besançon/villes d'Or** (Arbois, Poligny, Château-Chalon, Baume-les-Messieurs) — apparaissent principalement dans les programmes consacrés à la Franche-Comté ou au Jura (randonnées/voyages régionaux)

**Chablis, Morvan, Dole** — ces destinations sont régulièrement mentionnées comme destinations spéciales (vin, parc naturel, sites régionaux / fromages)

## Analyse de programmation de 2022

- La plupart des TO analysés en 2022 avaient 1 à 2 circuits BFC dans leurs catalogues
- Pour les voyages groupes, les **départs** proposés étaient principalement en **mai/juin** et **septembre/octobre**, puis juillet/août.
- Durée de séjour: 3-4 jours pour les produits city break, 7-9 j. pour circuits
- **Culture, Gastronomie et Vins** étaient nommés comme activités principale dans un sondage des TOs
- **Point forts** (d'après sondage): art de vivre, gastronomie et culture, proximité
- **Points faibles**: notoriété plutôt faible, manque de guides germanophones

## Chiffres clefs MICE

**90%** des organisateurs privilégient les prestataires ayant une certification durable

**2,7 Mio** d'événements sur le marché allemand en 2024, marquant une augmentation significative de près de 25% par rapport à l'année précédente.

Focus sur les critères de choix d'une destinations

- ◆ 61% l'accessibilité
- ◆ 37% qualité des services
- ◆ 33% rapport qualité/prix & flexibilité
- ◆ 33% infrastructures
- ◆ 33% Pertinence pour l'entreprise

### TOP 10 des agences MICE sur le marché

#### CLASSEMENT SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES

En Millions €



Source : Datenmarkt 2023

### TOP 5 des TO's spécialisés MICE

1. BCD Travel
2. Amex GBT
3. Lufthansa City Center
4. DER Business Travel
5. FCM Travel

**3**

## Tendances pros tourisme en Allemagne



# Tendances

## Les professionnels



### ■ L'intermédiation se poursuit



1/2 Allemands réserve des voyages à forfait.

La France reste sous-représentée par rapport à d'autres destinations européenne

- ◆ Contrats hôteliers peu flexibles (allotements, commissions, conditions).
- ◆ Demande croissante pour des taux dynamiques.
- ◆ Offre France réduite dans les catalogues au profit de destinations concurrentes plus rentables.



1/2 des voyages sont achetés en agence.



### AGV traditionnelles :

Stable depuis 20 ans, mais légère baisse annuelle (act. 10 000 agences)  
Chiffre d'affaires en recul de 18% (2019-2024).

### Fort développement des OTAs



Agences en ligne (OTAs) : Croissance de 80% des ventes de forfaits entre 2019 et 2023.

## Tendances

### Les professionnels



#### ■ Une évolution de l'intermédiation



Beaucoup de TOs rationalisent leurs offres, et les formats "packages" évoluent pour répondre aux attentes.

Ameropa



Exemple avec des offres du tour opérateur Améropa intégrant des pratiques respectueuses de l'environnement.



De nombreux tours opérateurs poursuivent la distribution de leurs offres en s'appuyant sur leur réseau d'agences de voyage

#### AGVs opérant à distance :

- En hausse en Allemagne, mais reste une niche (2 % du CA global).

#### Affiliations des AGVs :

- 95 % liées à un tour-opérateur, réseau de partenaires ou groupe d'agences.

#### Ventes FIT et Package



Les Allemands préfèrent généralement les voyages à forfait, mais pour les séjours en France, ils privilégient légèrement les réservations de nuitées seules.

## Tendances

### Positionnement sur le marché allemand



#### TOURISME DURABLE & ÉCORESPONSABLE

Valoriser le savoir-faire artisanal de la destination et la qualité des produits pour répondre aux attentes élevées des allemands en matière de durabilité. La France a la capacité d'offrir une approche innovante de l'écoresponsabilité, en mettant en avant des produits locaux de qualité, des expériences artisanales, et des programmes écoresponsables simples et concrets [activités RSE, visites d'artisans]. Cette stratégie valorise l'authenticité et le tourisme durable, en adéquation avec les sensibilités allemandes.



#### PÉNURIE DE PERSONNEL

Notamment au sein des agences événementielles, la restauration et les métiers du service.



#### DIGITALISATION

Le recours aux outils numériques dans l'organisation d'événements permet d'en renforcer l'efficacité et la performance. Cependant, cette transition peut constituer un véritable défi pour les petites structures aux ressources limitées.



#### INFLATION & AUGMENTATION DES PRIX



La presse en Allemagne





## Le paysage médiatique allemand



320

QUOTIDIENS



74

RADIOS  
PUBLIQUES



9

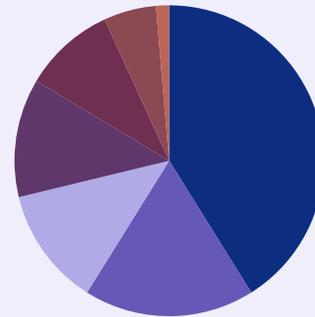
CHAÎNES TV  
PUBLIQUES



17

MAGAZINES  
HEBDOMADAIRES

### 73 000 JOURNALISTES EN ALLEMAGNE



- FREELANCES (41%)
- RÉDACTEURS PRESSE QUOTIDIENNE (18 %)
- RÉDACTEURS MAGAZINES (12 %)
- RÉDACTEURS CHAINES TÉLÉVISION ET RADIOS (12%)
- SERVICE PRESSE ET AGENCES (10 %)
- MÉDIAS EN LIGNE (5,5 %)
- AGENCES DE PRESSE (1,4 %)



## Le paysage médiatique allemand

### CONSOMMATION MÉDIATIQUE JOURNALIÈRE

**6H52**  
TOTALE



**3H23**  
VIDÉO



**2H55**  
AUDIO



**1H**  
ÉCRIT

### LES INCONTOURNABLES

#### QUOTIDIENS

- Funke-Mediengruppe: 727 256 ex.
- Stuttgarter Zeitung: 354 947 ex.
- Süddeutsche Zeitung: 299 957 ex.
- Münchner Merkur/TZ: 276 046 ex.
- FAZ: 198 374 ex.
- Die Welt : 120 094 ex.
- RNZ: 83 000 ex.
- TAZ: 44 228 ex.

#### HEBDOMADAIRES

- FAS: 198 265 ex.
- Welt am Sonntag: 342 932 ex.
- Die Zeit: 635 372 ex.

#### MAGAZINES

- Merian: 50 000 ex.
- Der Feinschmecker: 61 642 ex.
- Brigitte: 263 772 ex.
- Architektur & Wohnen: 62 141 ex.
- IDEAT: 40 000 ex.
- Outdoor: 32 348 ex.
- Trekking: 45 000 ex.
- Camping, Cars & Caravan : 40 000 ex.
- Frankreich Magazin: 30 000 ex.



**85%**

des utilisateurs internet s'y connectent via leur téléphone



**34%**

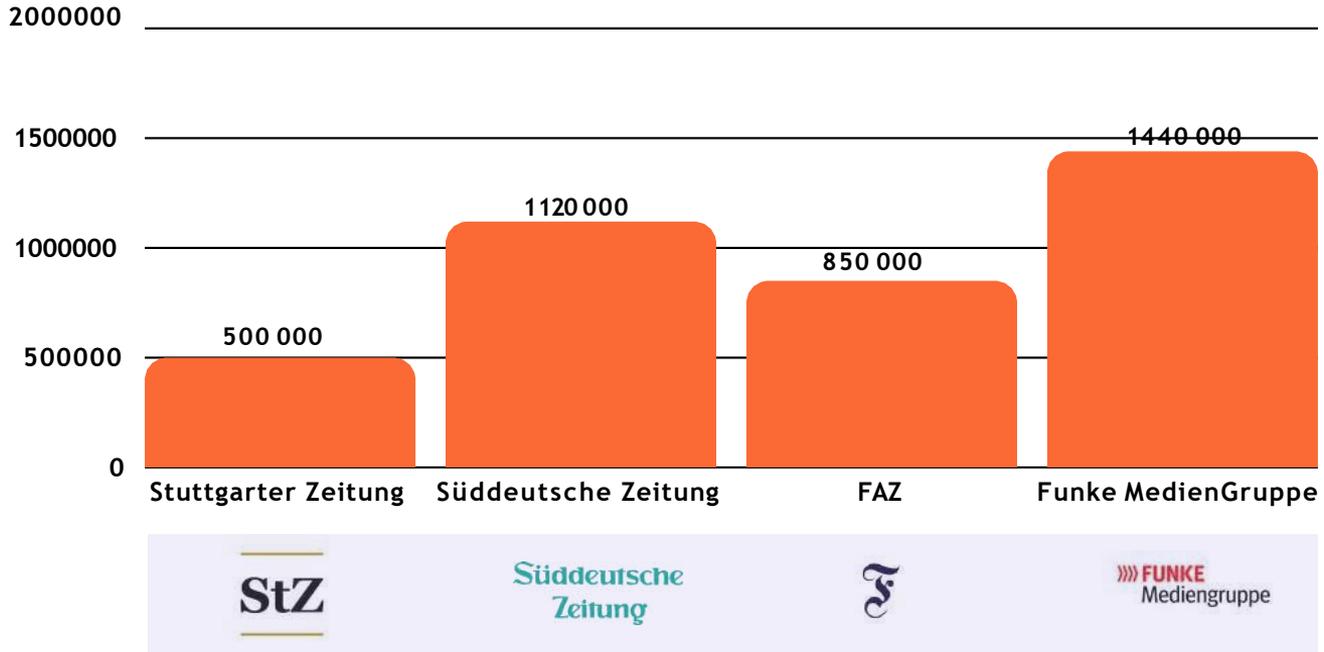
de Allemands utilisent quotidiennement les réseaux sociaux



# Journaux

## Grands quotidiens nationaux

Diffusion par parution

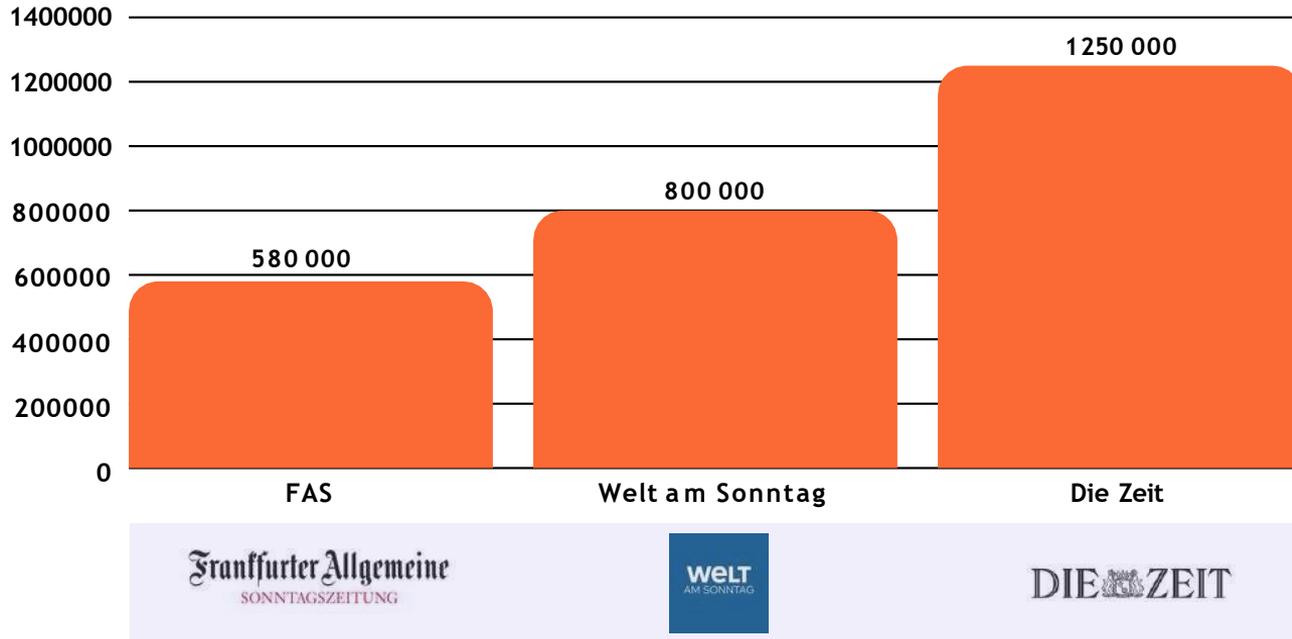




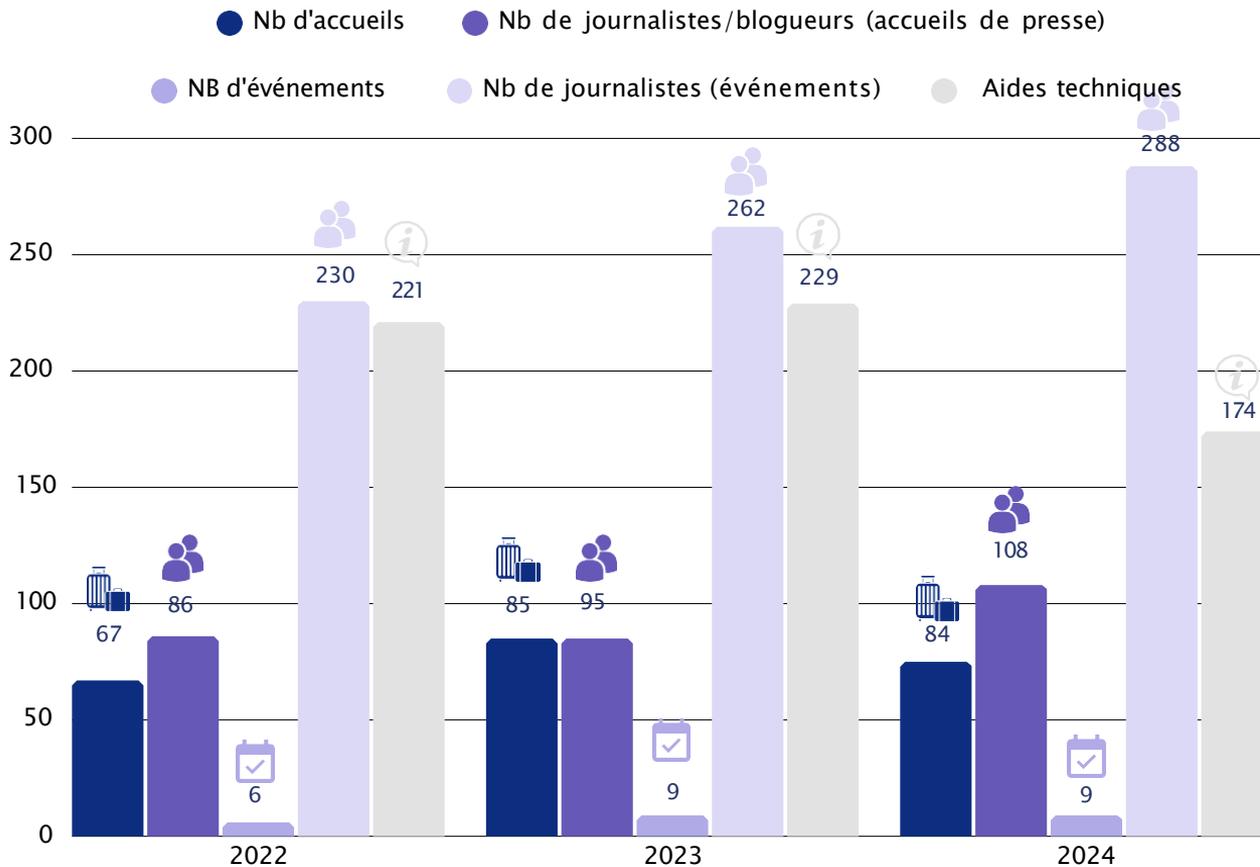
## ■ Journaux

### Grands hebdomadaires en Allemagne

Diffusion par parution



# Actions 2022 à 2024



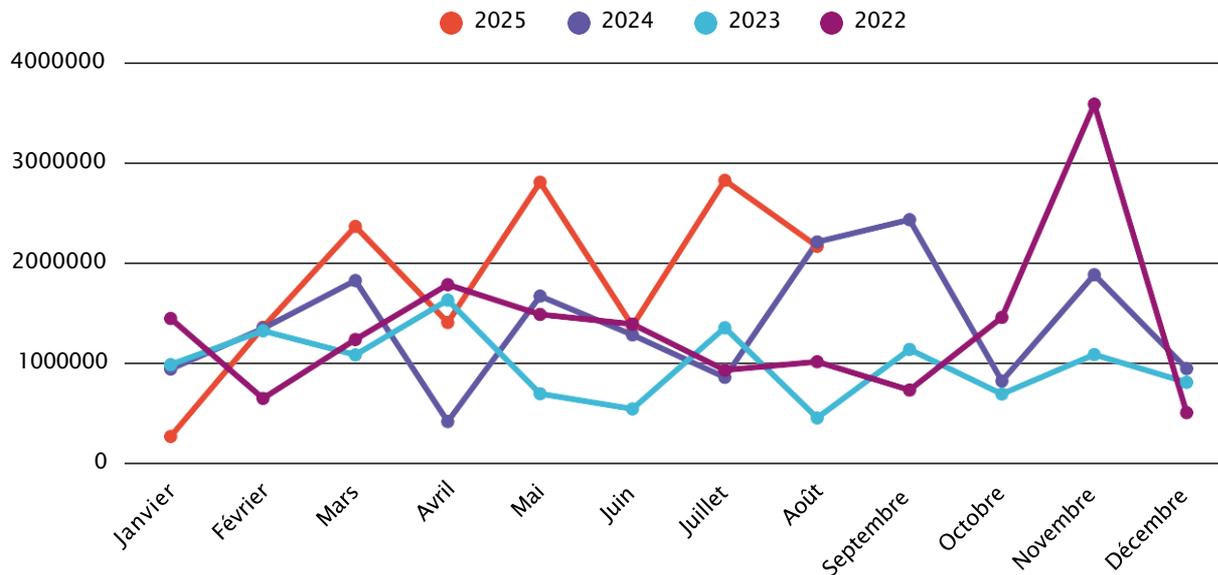
Accueils de presse

# Retombées médiatiques Contre valeur publicitaire

2023: 11,8M€

2024: 16,4M€

2025: 12,4M€  
YTD



Sources : Atout France – Service Presse

## Tendances : un secteur en évolution



Recours croissant à l'intelligence artificielle  
Rédaction, adaptation de contenus



Importance de l'online



Augmentation du nombre et de la popularité des podcasts



Concentration des effectifs dans les rédactions centrales en lien avec des rédactions locales plus réduites



Tirages print en baisse sur le secteur





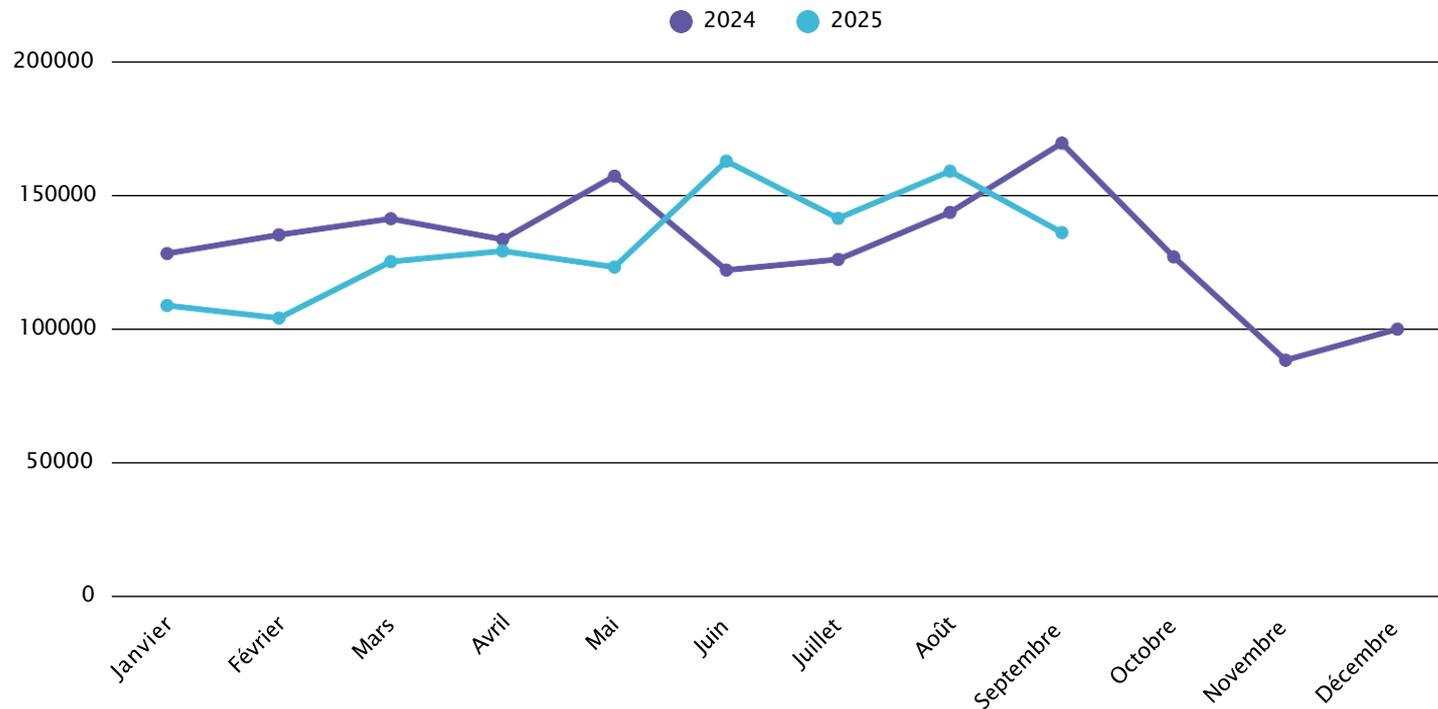


Grand Public



# Fréquentation du site France.fr

## Nombre de Session



# Voyage influenceur

## Avec l'ONAT

Chaque année depuis 10 ans, l'Office National du Tourisme Allemand en France et Atout France en Allemagne se joignent autour d'un projet commun :



Les lieux changent chaque année.

En 2024 : Sarrebruck – Nantes.

En 2025 : Heidelberg – Besançon

Le projet : Un accueil influenceur d'environ 1 semaine avec 50% du temps passé dans une ville en Allemagne et 50% dans une ville en France, toujours accompagné par le train SNCF/DB.

### Les objectifs :

- ♦ Promouvoir un tourisme durable entre la France et l'Allemagne avec l'utilisation du train,
- ♦ Promouvoir l'amitié Franco-Allemande,
- ♦ Élargir le spectre de notre public cible, en sensibilisant une clientèle plus jeune à notre offre touristique.

**F  
I  
N  
A  
L  
I  
T  
É**

Promotion de la destination auprès de la communauté de l'influenceur + édition de deux vidéos.

L'une à destination des réseaux sociaux et l'autre pour un usage corporate.



Actions de promotion  
dans la région  
alémanique et Europe  
centrale



Mise à jour: 17/09/2025								
2026	OPÉRATIONS	DATES	CIBLES	LIEUX	OBJECTIFS	DESCRIPTEUR COURT	OPÉRATION CONFIRM	REMARQUES
Mondial	Destination Montagnes	20-21.01.2026	Pro	Grenoble	Promotion BtoB loisirs	Salon Atout France BtoB annuel qui réunit les acteurs français de la montagne et les tour-opérateurs étrangers	Oui	Environ 1000 participants
	Destination Vignobles	à partir du mardi de la 1ère ou 2ème semaine d'octobre	Pro	Lieu à confirmer		Salon Atout France BtoB bi-annuel qui réunit les acteurs français de l'oénotourisme et les tour-opérateurs étrangers	Oui	
	Rendez-vous en France	31.03-01.04.2026	Pro	Nice	Promotion BtoB loisirs	Salon Atout France BtoB annuel qui réunit les acteurs français du tourisme et les tour-opérateurs étrangers	Oui	Environ 2000 participants
Régional	Campagne France Active - REG	01.01-31.05.2026	Grand public	-	Promotion Cyclotourisme & Randonnée	Campagne de promotion digitale destinée à valoriser l'offre française de cyclotourisme et d'activités de randonnées	À confirmer	
	E-newsletters REG	cf calendrier d'envoi	BTB	-	Inspiration	Lettre régulière de 4-5 articles sur la destination France à tous nos contacts de langue allemande	Oui	
	E-newsletters REG	cf calendrier d'envoi	BTC ~ Grand Public	-	Inspiration	Lettre régulière de 4-5 articles sur la destination France à tous nos contacts de langue allemande	Oui	
	E-newsletters REG	cf calendrier d'envoi	Presse	-	Inspiration et contenus	Lettre régulière de 4-5 articles sur la destination France à tous nos contacts de langue allemande	Oui	
	Magazine Explore France 2026	02/05/2026	Grand public	-	contenus France (cyclotourisme, ...)	Magazine de la Destination française en langue allemande et diffusé en Allemagne, Suisse, Autriche avec 3 axes: gastronomie/art de vivre a la française, activités sportives et montagne française hiver/ été	Oui	2 millions de contacts visés
	France Media Pack - REG	Toute l'année	Grand public	-	Inspiration	Campagne digitale (e-newsletters, réseaux sociaux, magazine d'Atout France) d'articles rédactionnels sur la France, en langue allemande et diffusé en Allemagne, Suisse, Autriche.	Oui	
	Plan d'action Ski	01.09.2025-30.04.2026	Global	-	Repositionnement des montagnes françaises sur les marchés ASA et	Actions REG et par marché pour 3 cibles (presse, professionnels, grand public)	Oui	En coopération avec le CRT AURA et France Montagnes
	Tournée médiatique REG Allemagne Suisse	02-05.02.2026	Presse	Cologne, Stuttgart, Zurich, Lausanne	Promotion presse	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et la presse / les média	Oui	
	Tournée médiatique REG Autriche Europe centrale	17-20.02.2026	Presse	Budapest, Vienne, Prague et Varsovie	Promotion presse	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et la presse / les média	Oui	
	Roadshow Nouvelle-Aquitaine CH + DE	Semaine du 16 mars (TBC)	Pro Presse	HH + FFM + CH	Promotion presse	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs de la distribution	Oui	
	Workshop FAN (France Active Nature) REG	27.04.2026	Pro	Cologne	Promotion Cyclotourisme & Randonnée	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs de la distribution	Oui	
	Workshop Ski	(TBC)	Pro Presse	Munich	Promotion BtoB loisirs et presse	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs de la distribution	À confirmer	
	Workshop France Excellence	24-25.11.2026	Pro Presse	Vienne	Promotion BtoB loisirs, Haut Gamme et MICE	Opération qui rassemble 70-80 acheteurs des secteurs haut de gamme et incentives issus des marchés allemand, suisse, autrichien et d'Europe centrale et orientale	Oui	
	Démarchage Guadeloupe REG	(TBC)	Pro	(TBC)	Promotion BtoB loisirs	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs de la distribution	À confirmer	
Démarchage Gastronomie REG	(TBC)	Pro	(TBC)	Promotion BtoB loisirs	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs de la distribution	À confirmer		

2026	OPERATIONS	DATES	OBLES	LIEUX	OBJECTIFS	DESCRIPTIF COURT	OPÉRATION CONFIRM	REMARQUES
Allemagne	Micexclusive	10/02/2026	Mice	Au choix	MICE	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs du MICE allemands	Oui	
	Démarchage Corse	15-16.02.26	Pro	Francfort	Promotion BtoB loisirs	Séquence d'entretiens professionnels entre professionnels français et les tour-opérateurs allemands	Oui	
	Démarchage Grand Est	12-13.02.26	Pro	Munich	Promotion BtoB loisirs	Séquence d'entretiens professionnels entre professionnels français et les tour-opérateurs allemands		
	IMM (International Media Marketplace)	02/03/2026	Presse influenceurs	Berlin	Promotion BtoB presse	Workshop presse organisée par TravMedia avec 90 exposants en amont de l'ITB.	Oui	
	Evènement France	03/03/2026	Pro	Ambassade Berlin	Promotion BtoB	Séquence d'échanges entre les professionnels allemands autour de la destination France (Bilan et objectifs).	Oui	
	Messe ITB Berlin (pour info, pas de stand)	03-05.03.2026	Pro	Berlin	Promotion BtoB loisirs et presse		Oui	
	IMEX Messe	19-21.05.2026	Mice	Francfort	Promotion tourisme d'affaires	Salon international dédié à l'organisation d'événements d'affaires MICE	Oui	Salon Atout France env. 40 exposants
	Workshop Allemagne/Suisse en France	30.09-02.10.2026	Pro	Nimes	Promotion BtoB loisirs et presse	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs de la distribution	Oui	
	Salon du Livre de Francfort (pour info)	07-11.10.2026	Grand Public Presse	Francfort	Promotion BtoB presse et grand public	Stand avec un partenaire	À confirmer	
	Tournée médiatique Allemagne	23-26.02.2026	Presse	Hambourg, Düsseldorf + Sarrebruck	Promotion presse	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et la presse / les médias	Oui	
Workshop Ski	5eme semaine de mai 2026 (TBC)	Pro	Munich	Promotion BtoB loisirs	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs de la distribution	À confirmer		
Voyage influenceurs DZT	01/06/2026	Grand Public	France - Allemagne	Grand Public	Accueil mutualisé entre l'Office National Allemand du Tourisme et Atout France pour créer un lien entre 2 territoires et en assurer la promotion.	Oui		
Suisse	Workshop France en Suisse	02-03.02.2026	Pro	Lausanne, Zurich	Promotion BtoB loisirs et presse	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs de la distribution	Oui	
	Workshop Presse Côte d'Azur France	07.04.2026 (TBC)	Presse	1.Zurich et évtlmt Lausanne	Presse	Conférence + Workshop presse	Oui	
	Tournée médiatique Suisse	09-10.09.2026	Presse	Lausanne, Zurich	Promotion BtoB presse	Workshop presse	Oui	
	Workshop Lyoncomotive	05-06 . 11. 2026	Pro Presse	Zurich et Genève	Promotion BtoB loisirs et presse	Un format WS presse + BTB à Zurich + 1 déjeuner/ brunch uniquement presse à Genève	Oui	
	Soirée France Zurich Film Festival 2026	26.09.2026	Pro Presse	Zurich	Notoriété et mobilisation de prescripteurs et professionnels	Soirée France, projections privées, prise de parole, mobilisation de clients et prescripteurs media et pro.	Oui	
	Gastronomie Provence	TBC	Pro Presse	Zurich			À confirmer	reporté à 2027 ? Risque annulation opération
Autriche et Europe Centrale	Roadshow Europe centrale	14-17.09.2026 ou 5-08.10.2026	Pro	Sofia, Budapest, Varsovie et Bucarest	Promotion BtoB loisirs et presse	Séquences d'entretiens professionnels entre professionnels français et les acteurs de la distribution ski	Oui	
	French Rendez-vous	28-29.05.2026	Pro	Vienne	Promotion BtoB		Oui	
Pologne	cf. Tournées et Roadshows plus haut + Rendez-vous en France		Pro Presse	Varsovie	Promotion BtoB loisirs et presse		À confirmer	

TEAM  
ATOUT FRANCE



# TEAM ATOUT FRANCE ALLEMAGNE

**Frédéric MEYER**  
Directeur Régional Allemagne - Suisse -  
Autriche - Allemagne - Europe Centrale  
[fredericmeyer@atout-france.fr](mailto:fredericmeyer@atout-france.fr)



**Pascal REILING**  
Responsable Promotion Commerciale  
[pascal.reiling@atout-france.fr](mailto:pascal.reiling@atout-france.fr)  
Mobile : +49 152 54 51 52 02

**Aurélia BERGER**  
Adjointe à la direction et  
Responsable Marketing  
[aurelia.berger@atout-france.fr](mailto:aurelia.berger@atout-france.fr)



**Monika Fritsch**  
Responsable presse  
[monika.fritsch@atout-france.fr](mailto:monika.fritsch@atout-france.fr)  
Mobile : +49 173 630 51 46

# Synthèse des plans d'actions 2025 de BFCT sur ce marché historique

## MARCHE ALLEMAND

- 2 campagnes on- et off-line (LB et MDJ)
- Presse :

Agence presse :

2 démarchages presse (LB et MDJ)

Des accueils presse (LB, MDJ, VDS, Iti)

- B to B

1 workshop groupes Atout France à Dijon (LB, MDJ, VDS) et des éductours (LB, MDJ)

1 partenariat et un PAC annuel avec Touren Services (LB, MDJ, VDS)

1 pré-tour Rendez-Vous en France

# Synthèse des plans d'actions 2025 de BFCT sur ce marché historique

01

## CAMPAGNES

## GRAND PUBLIC LA

L

## BOURGOGNE

*Déploiement d'une campagne ciblant les profils « Explorateurs slow » et « Touche-à-tout tendance », dans quatre zones urbaines stratégiques : Francfort, Stuttgart, Düsseldorf et Mayence.*

*OBJECTIF : accroître le trafic vers notre site en allemand sur des thématiques outdoor et patrimoine, en préparation de la saison printemps 2026*

# Optimisation site de la destination

---

## Optimisation du site [www.burgund-tourismus.com](http://www.burgund-tourismus.com)

Ajout de mots-clés SEO et meilleure structuration des contenus.



LA BOURGOGNE

Einmaliges und vielfältiges Burgund

### Wohin in Burgund? Städte, Dörfer, Reiseziele

**S**ie versprühen einen ganz besonderen Charme: Die Städte und Dörfer Burgunds halten wunderbare Momente und Überraschungen für Sie bereit. Nehmen Sie sich ganz bewusst die Zeit für die eine oder andere Entdeckungstour. Das

STÄDTE UND DÖRFER | DER MORVAN | VIELSEITIG UND ABWECHSL

# Partenariat Reise & Preise

Magazine référent voyage avec reportages, contenu, idées.

## Support Print

77 500 ex en Allemagne, Autriche et Suisse

1 double page à paraître le 03/10/2025

## Bannières web :

300 000 visiteurs par mois sur le site :

2 formats mobile & desktop diffusées pendant

un mois

## Newsletter :

Envoyée à 42 580 abonnés du magazine



**LA BOURGOGNE**

**BURGUND,  
FRANZÖSISCHE LEBENSKUNST  
IN IHRER SCHÖNSTEN FORM**

Wie wäre es, wenn Ihr nächster Ausflug edle Weine, außergewöhnliches Kulturerbe und gastronomische Genüsse vereint? Willkommen in Burgund - dort, wo die Kunst zu leben ganz selbstverständlich ist.

Lebendig, großzügig, geheimnisvoll... Burgund hat dieses gewisse Etwas. Eine tiefe, herzliche Seele, ein Terroir von höchster Qualität - und die wunderbare Fähigkeit, jeden Moment in ein unvergessliches Erlebnis zu verwandeln.

Ein Paradies für Feinschmecker  
Große Weine, kleine Geheimnisse der Winzer, jahrhundertalte Keller, legendäre Weinrouten... In Burgund genießt man nicht nur Wein - man entdeckt eine ganze Lebensart. Entlang der Route des Grands Crus und durch die zum UNESCO-Welterbe gehörenden Climats du Vignoble de Bourgogne werden Landschaften ebenso genossen wie Aromen.

Der wahre Geschmack des Lebens  
Regionale Küche, bunte Märkte, leidenschaftliche Köche und lebendige Traditionen... Gastfreundschaft wird in Burgund großgeschrieben. Trüffel, Schnecken, gereifte Käse, Lebkuchen, Senf - hier erzählt jedes Produkt eine Geschichte.

Ein lebendiges Kulturerbe  
Die Abtei von Cluny, die Hospices de Beaune, romanische Kirchen, Burgen und mittelalterliche Städte... Burgund ist eine große Erzählung. Doch hier bietet Geschichte nicht im Museum; man erlebt sie hautnah, beim Spaziergang auf alten Plätzen oder in der Stille eines jahrhundertealten Kreuzgangs.

Naher zum Aufatmen  
Kanäle, Wälder, Seen und Naturparks - die Landschaften Burgunds laden dazu ein, das Tempo zu drosseln und den Moment zu genießen. Und wenn die Nacht hereinbricht, geht das Staunen weiter: Der Regionale Naturpark Morvan, nun als 7. Internationaler Sternepark Frankreichs ausgezeichnet, enthüllt einen außergewöhnlich klaren Sternenhimmel - ganz ohne Lichtverschmutzung. Ein unvergessliches Schauspiel.

LES SCANNER  
QR CODE  
BURGUND  
FRANCE

Mit der Europäischen  
Beihilfe  
des Regionalrats  
FRANKE

# Campagne display

En complément, une **campagne display web** met en avant trois thématiques phares : une Bourgogne qui matche, les routes gourmandes et le tourisme durable.

Chaque bannière redirige vers [www.burgund-tourismus.com](http://www.burgund-tourismus.com) avec un suivi des performances par thématique



# Synthèse des plans d'actions 2025 de BFCT sur ce marché historique

02

CAMPAGNES

GRAND PUBLIC

L

MONTAGNES DU JURA

*Déploiement d'une campagne ciblant le profils « Explorateurs slow », « moments simples et authentiques » et « sports et convivialités », dans des zones stratégiques en proximité de la frontière : Bade-Wurtemberg, Rhénanie-Palatinat et Sarre.*

*OBJECTIF : augmenter la notoriété des MDJ et accroître le trafic vers notre site en allemand sur des thématiques outdoor, nature, slow et gastronomie, en préparation de la saison printemps 2026*

# Optimisation site de la destination

Optimisation du site <https://de.montagnes-du-jura.fr/>

Ajout de mots-clés SEO et meilleure structuration des contenus.

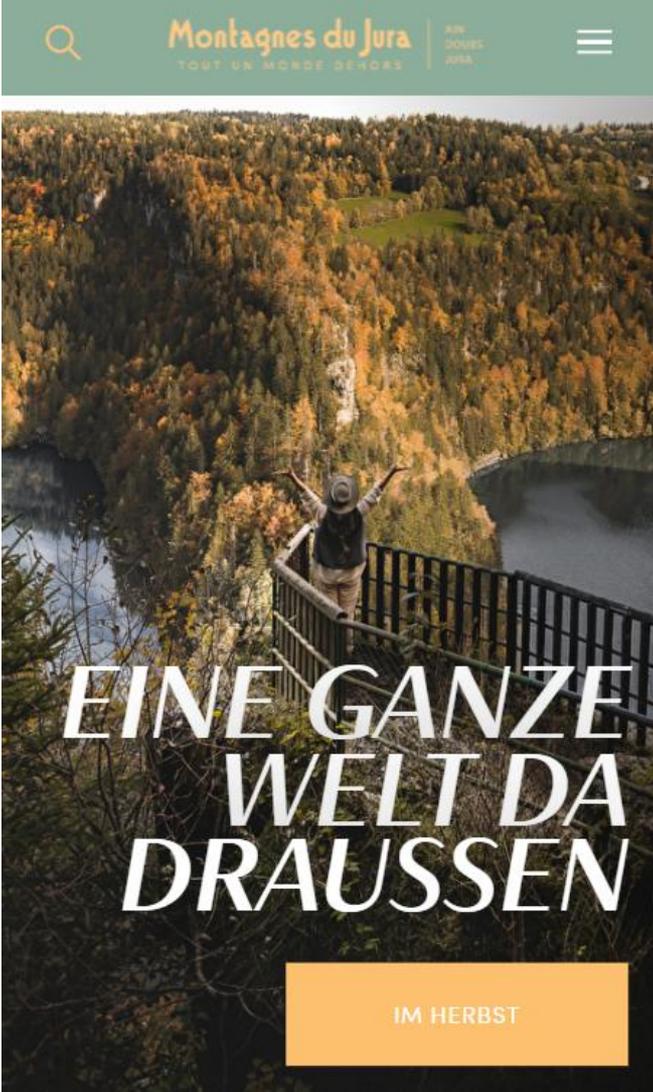
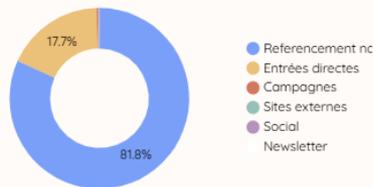
+ 55 % de visites  
sur la version allemande du site entre le  
1er janvier et le 24 septembre 2025

Des durées de visites en hausse de 12%  
(4min)

1 très bon taux de rebond (45%)

1 trafic sain issu en majorité du  
référéncement naturel (82%)

Détail par sources de trafic



# Campagne digitale et Print sur *Reise & Preise*

Magazine référent voyage avec reportages, contenu, idées.

## Support Print

77 500 ex en Allemagne, Autriche et

Suisse

1 double page à paraître le 03/10/2025

## Bannières web :

300 000 visiteurs par mois sur le site :

2 formats mobile & desktop diffusées

pendants un mois

## Newsletter :

Envoyée à 42 580 abonnés du magazine

**Montagnes du Jura**

**UNÜBERSETZBAR  
SCHÖN**

**MONTAGNES DU JURA -  
FRANKREICHS BESTGEHÜTTETES  
SOMMERGEHEIMNIS.**

NUR 1,5 STD. VON FREIBURG ODER 3 STD. VON STUTTGART.  
IDEAL FÜR FAMILIEN, NATURLIEBHABER & FEINSCHMECKER.

**JETZT ENTDECKEN**

Kühle Wälder. Tiefe Seen. Stille Reculées.  
Zwischen Alpen und Vogesen entdecken Sie  
ein Frankreich fernab der Massen:  
die Montagnes du Jura. Eine Region voller  
Naturwunder, regionaler Genüsse und  
langsamer Zeit. Ideal zum Wandern,  
Entspannen - und Durchatmen.

DE. MONTAGNES-DU-JURA.FR #MONTAGNESDUJURA

Reise & Preise  
WELTREISE  
THAILANDS  
INSELPARADISE  
LEBENSSTRAUM  
KULINARIK  
REISE SPECIAL  
REISE  
REISE

# Campagne display

En complément, une **campagne display web** met en avant des thématiques phares de la destination : vélo, durabilité, gastronomie.

Chaque bannière redirige vers

<https://de.montagnes-du-jura.fr/> avec un suivi

des performances par thématique



# Campagne vidéo YouTube

Du 1<sup>er</sup> au 31 octobre, une campagne de visibilité sera lancée sur Youtube.

 Concept : "Entdecke das Unaussprechliche" / "Découvrez l'intraduisible"

La vidéo de 15 secondes joue sur le mystère et l'intraduisible : elle présente des mots français ou patois jurassiens intraduisibles, suivis d'images puissantes et sensorielles.

L'internaute est intrigué : que veulent dire ces mots ? Il clique pour comprendre et atterrit sur une page qui explique pourquoi les Montagnes du Jura sont intraduisiblement belles.

[Visionner la vidéo](#)



*In den Montagnes du Jura\*  
gibt es Wörter, die man nicht  
übersetzen kann. Man muss  
sie erleben.*

# Campagne vidéo YouTube



# Synthèse des plans d'actions 2025 de BFCT sur ce marché historique

03

**PRESSE**

Déploiement d'une nouvelle campagne sur le marché allemand, ciblant les profils « Explorateurs slow » et « Touche-à-tout » en France, dans quatre villes stratégiques : Francfort, Stuttgart, Düsseldorf et Mayence.

OBJECTIF : accélérer le trafic vers notre site en allemand sur des thématiques outdoor et patrimoine, en préparation de la saison printemps 2026

# Synthèse du plan d'actions 2025 de BFCT

## LA PRESSE

---

- Agence presse Jörg HARTWIG
- 2 démarchages presse (LB et MDJ)
- Des accueils presse (LB, MDJ, VDS, Itinérances)
- Des communiqués de presse

# Synthèse des plans d'actions 2025 de BFCT sur ce marché historique

04

**B TO B**

Déploiement d'une nouvelle campagne sur le marché allemand, ciblant les profils « Explorateurs slow » et « Touche-à-tout » en priorité dans quatre villes stratégiques : Francfort, Stuttgart, Düsseldorf et Mayence.

OBJECTIF : accélérer le trafic vers notre site en allemand sur des thématiques outdoor et patrimoine, en préparation de la saison printemps 2026

# Synthèse du plan d'actions 2025 de BFCT

## LE B2B

- 1 workshop groupes Atout France à Dijon du 15 au 17/10/25 (LB, MDJ, VDS) et des éducteurs (LB, MDJ) – tour-opérateurs, AGV.
- 1 partenariat et un PAC annuel avec le grossiste Touren Services (LB, MDJ, VDS) à l'attention des autocaristes allemands (10 programmes dont 5 nouveaux - depuis début partenariat, nombre nuitées a plus que doublé +2,5)
- Partenariat Scherzer – visibilité MDJ sur leur plateforme en ligne-



# SUIVEZ NOTRE ACTUALITÉ

Sur les réseaux sociaux

**LinkedIn** : @Bourgogne-Franche-Comté Tourisme

**YouTube** : @bfctourisme 360

Sur notre site professionnel

**[pros.bourgognefranchecomte.com](http://pros.bourgognefranchecomte.com)**

Avec le soutien financier du Conseil régional  
de Bourgogne-Franche-Comté

RÉGION  
BOURGOGNE  
FRANCHE  
COMTÉ